

INTERNATIONALE PUBLICATIES OVER SALES

Meer en meer zal Sales de onderscheidende waarde kunnen vormen voor de (internationale) klant. Niet door kenmerken, voordelen en bewijzen te communiceren van (niet unieke) producten, ten overstaan van kopers die meestal goed geïnformeerd zijn. Wel door een actieve en strategische rol te nemen bij het bepalen van de waardepropositie. Door het klanten gemakkelijker en goedkoper te maken om te kopen dan wel hen te helpen in het vinden van oplossingen voor hun problemen en waarde te creëren (lees: kosten te verlagen in hun bedrijfsprocessen.)



Het boek 'The New Strategic Selling' van Robert B. Miller, Stephen E. Heiman, Tad Tuleja en J.W. Marriott is beslist geen oude wijn in nieuwe zakken. Deze revisie van hun eerdere boek Strategic Selling biedt verkopers van zowel goederen als diensten een krachtige methodiek die ook nog eens begrijpelijk is en toepasbaar. Het biedt tevens voor elk wat wils. De ervaren verkoper met 'levenslange' klantrelaties herkent elementen uit de traditionele sales aanpak. Voor sales consultants die oplossingen moeten verkopen biedt het een gevalideerde routekaart om de decision making unit en de belangrijkste spelers in kaart te brengen. De nieuwe generatie verkopers wordt geholpen strategisch na te denken. Vaak raken verkopers verward door de veelheid aan factoren: het inzichtelijk maken van dmu's, de vele veranderingen in de organisatie van de klant en de eigen organisatie, de concurrentie, de politiek, de timing, enzovoort. Door het 'Strategic Selling Process' te volgen ontvouwt zich een effectief plan dat leidt tot een evenwichtig voordeel voor zowel verkoper als koper en dat de invloed van de prijs als voornaamste besliscriterium reduceert. Voor iedereen die complexe sales situaties moet managen is dit boek een 'must have'.

Verkooporganisaties die slechts toegevoegde waarde communiceren zijn gedoemd te mislukken, om te overleven zal verkoop werkelijke toegevoegde waarde voor de klant moeten creëren. Hoewel dit logisch klinkt en ogenschijnlijk zelfs simpel lijkt, worstelen veel verkooporganisaties met de vraag hoe hun sales hierop in te richten. Zeker wanneer je de belangrijkste uitdagingen van sales in ogenschouw

neemt, een hoge markttransparantie door de komst van internet waardoor klanten beter geïnformeerd zijn dan ooit, het ontstaan van nieuwe verkoopkanalen en een klantentrouw die nog nooit zo laag was. In hun boek 'Rethinking the Sales Force' maken Neil Rackham en John R. De Vincentis onderscheid tussen transactionele verkoop, adviserende verkoop en strategische verkoop. Zij waarschuwen ons voor een ondoordachte verschuiving van transactiegerichte naar adviserende verkoop en van adviserende naar strategische verkoop. De klant is immers niet zonder meer bereid te betalen voor nog meer lichtjes in de kerstboom. Zij geven praktische tips hoe de sales prestaties in elk type verkoop te verbeteren. Een erg nuttig boek om te overleven in een markt waar de klant alsmat minder wil van meer.

De Nyenrode Sales Leadership Masterclass is dé topopleiding op het gebied van sales waarmee de deelnemers de competenties verwerven om antwoorden te vinden op bovenstaande vraagstukken. Zij zijn in staat om op executive niveau bij Corporate Accounts in sales te kunnen excelleren, op alle gewenste niveaus, zowel naar klanten toe als binnen de eigen organisatie.

"Sales is the single most important function of any modern enterprise. In short, nothing happens until something is sold. The sad paradox is that – as important as Sales is – it continues to be treated as somehow less important than Engineering or Finance or Operations or Human Resources, when in fact none of those other disciplines are needed if Sales do not occur. The Sales Leadership Masterclass at Nyenrode will

begin to address Sales as it should be – a difficult highly competitive profession, which requires the same degree of focus and education as any other." Rhett Williams, CEO Via Net. Works

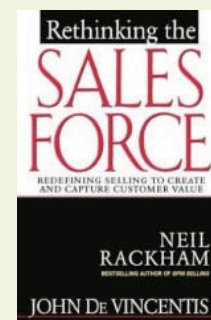
Auteur: Richard Austie

Socrates Sales & Management Trainingen
www.socrates-trainingen.nl

Nyenrode Sales Leadership Masterclass
www.nyenrode.nl/slm



The New Strategic Selling
Robert B. Miller, Stephen E. Heiman, Tad Tuleja, J.W. Marriott
ISBN-10: 044669519X
Uitgever: Kogan Page



Rethinking the Salesforce
Auteur: Neill Rackham,
ISBN-13: 9780071342537
Uitgever: McGraw-Hill